



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área
de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

LORENZO ANTONIO, AGÜERO CASTILLO

ASESOR

MG. HEDER MARINO, QUISPE QUIÑONES

LINEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ

2018



El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCIÓN DIRECTORAL N°152 (R) - 2018-UCV Lima Ate/EP- ADM de la Escuela Profesional de Administración acuerdan:

PRIMERO.-

Aprobar pase a publicación ()
Aprobar por unanimidad (X)
Aprobar por mayoría ()
Desaprobar ()

La tesis presentada por el (la) estudiante AGUERO CASTILLO LORENZO ANTONIO , denominado: *
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LOS COLABORADORES DEL ÁREA DE
RECEPCIÓN CENTRAL CREM DE LA EMPRESA CENCOSUD, SANTA ANITA, 2018 *

SEGUNDO.- Al culminar la sustentación, el (la) estudiante , obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
15	Quince	Unanimidad

Presidente (a): DR JAVIER NAVARRO TAPIA


Firma


Secretario : MG. EDGARD CERVANTES RAMON


Firma

Vocal : MBA. HEDER QUISPE QUIÑONES


Firma




Mgt. Iris Katherine Gonzales Figueroa
Coordinadora de Escuela
UCV – Lima Ate

C.c : Archivo
Escuela Profesional, Interesado, Archivo

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe



DEDICATORIA

A Dios por darme la sapiencia y
brindarme la experiencia de vivir
esta hermosa oportunidad que me
encamina a lograr mi objetivo
trazado.

A mi padre me ayudó en espíritu, a
mi madre y a mi novia que me
dieron las fuerzas necesarias para
continuar en mi paso por la
universidad.

A mi casa de estudio, la
Universidad César Vallejo que me
acogió durante estos años y en
especial a mi asesor MBA. Quispe
Quiñones Heder, por dedicarme su
tiempo y su conocimiento para
realizar este proyecto de
investigación.

AGRADECIMIENTO

A mis seres queridos familia
y amigos, que, con esfuerzo
y perseverancia, supieron
brindarme las fuerzas
necesarias para continuar en
este proceso que no ha sido
nada fácil, pero el esfuerzo
derramado vale la pena y
seguiré encaminado en esta
vida profesional.

Al jurado evaluador por
que, durante este proceso,
me han brindado el soporte
teórico y metodológico.


DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lorenzo Antonio Agüero castillo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 46875586, con la tesis titulada Comunicación organizacional y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018, declaro bajo juramento que:

- 1) Toda la información vertida en la tesis que es de mi autoría.
- 2) Así mismo, declaro que he respetado las normas internacionales de citas y referencias. De manera que, no he realizado plagio alguno, ni total ni parcialmente.
- 3) Los datos presentados son reales junto con el resultado, no han sido falseados ni duplicados y por lo tanto los resultados presentados en la tesis, se constituirá en aportes a la realidad problemática.

De tal forma, de evidenciar alguna falta de fraude (datos falsos), ocultamiento u omisión de información tanto como en los documentos, asumo mi responsabilidad a lo dispuesto por las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de julio del 2018



Lorenzo Antonio Agüero Castillo

DNI. 46875586

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Dando cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, tengo el agrado de presentar al jurado evaluador, la comunidad universitaria y científica los resultados correspondientes a la investigación titulada Comunicación organizacional y competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.

Atentamente,



Lorenzo Antonio Agüero Castillo

DNI. 46875586

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	vii
LISTA DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática.	13
1.2. Trabajos previos	15
1.2.1. Nivel internacional.	15
1.2.2. Nivel nacional	16
1.3. Teorías relacionadas al tema.	20
1.3.1. Comunicación organizacional.	20
1.3.2. Competitividad.	23
1.4. Formulación del problema.	28
1.5. Justificación del estudio.	28
1.6. Hipótesis.	30
1.7. Objetivo.	31
II. MÉTODO	32
2.1. Diseño de investigación.	33
2.2. Operacionalización de las variables.	35
2.2.1. Variables.	35
2.3. Población y muestra.	37

2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	37
2.5.	Método de análisis de datos	41
2.6.	Aspectos éticos	41
III.	RESULTADO.	42
3.1.	Análisis descriptivos de los resultados.	43
3.2.	Prueba de hipótesis.	46
3.3.	Prueba de hipótesis general.....	48
3.4.	Prueba de hipótesis específicas.....	50
3.4.1.	Prueba de hipótesis específicas 1.....	50
3.4.2.	Prueba de hipótesis específicas 2.....	51
3.4.3.	Prueba de hipótesis específicas 3.....	53
IV.	DISCUSIÓN	55
V.	CONCLUSIONES	59
VI.	RECOMENDACIONES	61
VII.	REFERENCIAS	63
VIII.	ANEXOS	66

LISTA DE TABLAS

TABLA 1	Matriz de operacionalización de las variables 1.....	35
TABLA 2	Matriz de operacionalización de las variables 2.....	36
TABLA 3	Variables y técnica a utilizar	38
TABLA 4	Lista y resultado de la decisión de los validadores	39
TABLA 5	Confiabilidad de cuestionario comunicación organizacional.....	40
TABLA 6	Confiabilidad de cuestionario competitividad.....	40
TABLA 7	Análisis de fiabilidad.....	40
TABLA 8	Estadísticos descriptivos de las variables	43
TABLA 9	Estadísticos variable 1 comunicación organizacional.....	43
TABLA 10	Estadísticos variable 2 competitividad	44
TABLA 11	Dimensión 1 esfera informativa	45
TABLA 12	Dimensión 2 esfera afectiva-colaborativa	45
TABLA 13	Dimensión 3 esfera estratégica.....	46
TABLA 14	Prueba de normalidad.....	47
TABLA 15	Prueba de hipótesis de las variables	49
TABLA 16	Coefficiente de correlación por rangos de Spearman.....	50
TABLA 17	Prueba de hipótesis de la dimensión 1 y variable 2.....	51
TABLA 18	Prueba de hipótesis de la dimensión 2 y variable 2.....	52
TABLA 19	Prueba de hipótesis de la dimensión 3 y variable 2.....	54

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue orientada a establecer la relación entre la comunicación organizacional y la competitividad, la población o universo de interés está constituido por un grupo de 50 colaboradores del área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud en el distrito de Santa Anita. La edad promedio de los participantes fue entre 18 y 45 años, de los cuales el 100% de la población son de género masculino. Así mismo, para recolectar la información se empleó un cuestionario para ambas variables con 12 preguntas cada una y alternativas de respuesta con escala de Likert; los resultados del coeficiente de correlación Rho de Spearman nos indicó que existe una correlación positiva alta con un resultado de 0.919 donde resulta que ambas variables son altamente correlacionales donde el nivel de significancia bilateral $p=0.000<0.01$ de manera que se puede definir que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, que la comunicación organizacional se relaciona significativamente con la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.

Palabras clave: comunicación, competitividad y organización

ABSTRACT

The purpose of this research was to establish the relationship between organizational communication and competitiveness, the population or universe of interest is constituted by a group of 50 employees from the central reception area CREM of a Retail Cencosud company in the district of Santa Anita. The average age of the participants was between 18 and 45 years, of which 100% of the population are male. Likewise, to collect the information a questionnaire was used for both variables with 12 questions each and alternatives of response with Likert scale; the results of Spearman's Rho correlation coefficient showed us that there is a high positive correlation with a result of 0.919 where it turns out that both variables are highly correlational where the level of bilateral significance $p = 0.000 < 0.01$ so that we can define that we reject the null hypothesis and we accept the alternative hypothesis, that the organizational communication is significantly related to the competitiveness in the central reception area CREM of a Retail Company Cencosud Santa Anita 2018.

Keywords: communication, competitiveness and organization

I. INTRODUCCIÓN

1.1.Realidad problemática.

A nivel internacional la comunicación organizacional se ve influenciada por los buenos procesos que realizan ya que, el éxito de ellas depende de que tan bien estén comunicadas todas las áreas facilitando cada proceso y mejorando el clima laboral en su entorno. En la actualidad las empresas se preocupan por implantar nuevos procesos o sistemas en las cuales la comunicación es el actor importante en el desarrollo de estas de manera que gracias a ello se mantiene una economía estable y permite mejorar en los puntos débiles que se identifican. De manera que, si las empresas quieren llegar a cumplir sus objetivos, deberán encontrar la mejor estrategia de que la información llegue a todos los colaboradores. Como menciona el Instituto Nacional Politécnico de México, la comunicación es una de las herramientas mas importantes para lograr una buena competitividad frente a la competencia.

De igual forma, a nivel nacional las empresas cada vez luchan con empresas extranjeras que llegan con niveles de comunicación superiores a las que ellas manejan, por lo que están obligadas a especializarse en temas de comunicación interna entre sus colaboradores ya que se presenta una deficiencia en la comunicación den las empresas nacionales, para que de alguna manera le puedan hacer frente a la competencia que cada vez está más fuerte. Según la Universidad Nacional José María Arguedas en Andahuaylas - Perú, menciona que el 35.4% de los empleados dentro de las empresas nacionales, manifiestan que las comunicaciones organizacionales dentro de ellas son débiles.

A nivel local las empresas tratan de involucrar mas a sus trabajadores en temas de comunicación, con capacitaciones o cursos que se les pueda estar otorgando o en las participaciones de toma de decisiones. A si mismo en el área de recepción central CREM de la empresa Cencosud la comunicación organizacional se ve interrumpida por el mal intercambio de información entre los colaboradores afectando a los procesos y quebrando el clima laboral entre ellos.

Por otro lado, en lo que concierne a la competitividad, a nivel internacional las empresas son el reflejo de los excelentes procesos que realizan dentro de sus operaciones, ya que, mediante ellos van cumpliendo cada objetivo trazado. Esto genera que la competitividad en estas empresas se vea fuertes como si no hubiera otras empresas que las pudieran sacar del mercado, sin embargo, no es su fortaleza las que las convierte en los mejores sino es su buena organización y las estrategias comerciales que plantean las que las hacen las mejores.

A si mismo las empresas luchan con estos magnates en los negocios ya que estos llegan con certificaciones en los mejores procesos mundiales, a diferencia de las empresas nacionales que cada vez luchan por ser mas competentes en el mercado ofreciendo variedades de productos con diferentes tipos de calidad pero que se ven afectados por el incremento de los costos de producción al querer competir con las otras empresas. La Cámara de Comercio de Lima reporto en el 2013 y 2015 un descenso del 17.47% en el rubro textil, debido a los incrementos en sus costos de producción con la finalidad de poder competir con los productos extranjeros.

A nivel local las empresas están por debajo de este nivel de competitividad que tienen las empresas multinacionales, pero que luchan por llegar a tener la rentabilidad que ellos tienen. De manera que en el área de recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud, cada vez luchan por la competitividad entre las áreas, pero se ven impedidas por los malos procesos de comunicación que realizan los operarios. Por lo tanto, la presente investigación nos permitirá determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

1.2.Trabajos previos.

1.2.1. Nivel internacional.

La presente investigación es sustentada en el contexto internacional de la variable comunicación organizacional, con el trabajo de Balarezo (2014), con su tesis titulada “*La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive*”, estudiada en la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador, para optar al título profesional de Ingeniero de Empresas en la facultad de Ciencias Administrativas. El objetivo general que plantea es estudiar los sucesos de la defectuosa comunicación organizacional que existe internamente sobre el progreso organizacional de la empresa San Miguel Drive. Con una muestra de 30 individuos el resultado que obtuvo que el χ^2_c es $>$ que χ^2_r por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la alterna que una adecuada y planteada comunicación organizacional interna si optimizaría los procesos dentro de la empresa San Miguel Drive.

De igual forma en la investigación de Pacheco (2014), con su tesis titulada “*Plan estratégico de comunicación integral para la cooperativa de ahorro y crédito Gonzanamá*”, estudiado en la Universidad Técnica Católica de Loja - Ecuador, donde opta por el grado de Magister en Gestión Empresarial. El objetivo que plantea es estudiar, investigar y plantear las principales causas que han implicado de forma negativa en el progreso de la gestión integral comunicacional en relación con los clientes potenciales en la parroquia Gonzanamá. Los resultados obtenidos mediante la estadística proyectan que el 6.2% de los clientes se ven afectados por las demoras que se forma al momento de que están trasmitiendo algún tipo de información y que el 16.3% de los clientes están insatisfechos con el tipo de información que reciben.

Por otro lado, en la variable de competitividad la investigación es sustentada por el trabajo de Moreno (2015), en su tesis titulada “*Estrategias competitivas de las empresas de sector de la energía eólica en España*”, habiendo llevado sus estudios en la Universidad Nacional de Educación a distancia (UNED) en Madrid - España, donde opta por el grado de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. El objetivo que plantea

es desarrollar un análisis en las estrategias competitivas en el sector eólico de las empresas relacionadas en España. De manera que los resultados obtenidos fueron que el 32.4% de la producción total del año 2010 se incrementó a diferencia de años anteriores, donde la producción bruta renovable aumento en un 31% por lo que, la estrategia utilizada en las empresas resultó de manera próspera.

Así mismo en la investigación desarrollada por Leal (2015), con su tesis titulada *“Hacia un análisis integral de la competitividad territorial: el caso del estado de Querétaro, México”*, habiendo realizado sus estudios en la Universidad de Deusto Bilbao - España. Para optar el grado de Doctor en Competitividad y desarrollo Económico, en Orkestra - Basque institute of competitiveness. Realiza como objetivo general plantear un modelo regional a través de la literatura para que la competitividad pueda ser mas extensa y a su vez desarrollar un proceso metodológico para plantearlo en el contexto del estado de Querétaro, México. El resultado establece que el 74% de las empresas participan en el estado de Querétaro y a su vez el 31% participa a nivel nacional, lo que resulta que para el desarrollo metodológico ser de gran ayuda que las empresas participen en su mayoría y al establecer los resultados sean aplicados.

1.2.2. Nivel nacional

La presente investigación es sustentada en el contexto nacional para la variable comunicación organizacional a través de la investigación de Quino (2017), con su tesis titulada *“Comunicación interna y ambiente laboral en el Reniec Santa Beatriz, Lima - 2016”*, habiendo estudiado en la Universidad César Vallejo, en la escuela de Post Grado Lima - Perú. Para optar el grado académico Maestro en Gestión Pública. Plantea como objetivo general determinar la relación que existe entre la comunicación interna y ambiente laboral en el Reniec Santa Beatriz, Lima - 2016. Los resultados obtenidos fueron que el 4.5% de los 110 individuos encuestados respondieron que la comunicación es baja, el 59.1% respondieron que la comunicación es media y el 36.4% respondieron que la comunicación es alta; y que a su vez en la prueba de hipótesis resulta que las

variables tienen una correlación del 0,544 lo que significa que su correlación es positiva moderada.

Por lo tanto, esta investigación será de ayuda para el autor en la parte de la discusión de resultado por hipótesis general, comparando el resultado de ambas investigaciones.

De igual forma, la investigación de Salazar (2017), con su tesis titulada *“Competencias laborales y comunicación interna en la División de Transito de la PNP Lima - 2016”*, habiendo realizado sus estudios en la Universidad César Vallejo, en la escuela de Post Grado Lima - Perú. Para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública. Realiza y plantea como objetivo general, determinara la relación que existe entre las competencias laborales y comunicación interna en la División de Transito de la PNP Lima – 2016. Por lo que el resultado según su coeficiente de correlación Rho de Spearman le sale un valor de 0,777 por lo que, le resulta la relación entre ambas variables con un grado de correlación positiva alta.

Por tal motivo, esta investigación será de ayuda para el autor en la comparación de los objetivos generales y la realización de ellos, de manera que se igualaran los resultados y se llegara a una conclusión.

De la misma manera en la investigación de Quiroz (2017), en su tesis titulada *“Estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. - Chepén 2016”*, estudiado en la Universidad César Vallejo, en la escuela de Post Grado Lima - Perú. Donde opta por el grado académico de Magister en Gestión del Talento Humano. Como objetivo general plantea determinar la relación que existe entre los estilos de liderazgo y la comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. - Chepén 2016. Por lo que tuvo como resultado que el 35% de los encuestados no sobresalen en los estilos de liderazgo, el 31.7% a veces suelen sobresalir con algún tipo de liderazgo mientras que el 33.3% si sobresalen en algún tipo de liderazgo.

Por lo cual, esta investigación será de ayuda para el autor en la comparación o discusión de la metodología utilizada ya que este autor también tiene una población pequeña ósea que no tiene una muestra y utiliza como técnica el censo para la recolección de datos.

Por otro lado, en la variable de competitividad la investigación es sustentada en el trabajo de Príncipe (2017), con su tesis titulada *“Gestión del conocimiento y su relación con la competitividad en la Universidad Nacional de barranca, 2017”*, donde estudio en la Universidad César Vallejo, en la escuela de Post Grado Lima - Perú. Para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública. Plantea como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la competitividad en la Universidad Nacional de barranca, 2017. El resultado que obtuvo fue que de los 136 encuestados el 17.6% consideran como no optimo la gestión del conocimiento, el 82.4% consideran de forma regular la gestión del conocimiento. De manera que ambas variables guardan relación entre ellas.

Por lo tanto, esta investigación será de ayuda para el autor en la parte de la discusión por resultados, comparando el resultado de ambas investigaciones.

De la misma forma en la investigación de Medrano (2017), con su tesis titulada *“Competitividad y calidad de los servicios públicos en la gestión de la Municipalidad Provincial de Barranca - 2016”*, habiendo estudiado en la Universidad César vallejo, en la escuela de Post Grado Lima - Perú. Para obtener el grado académico de Maestra en Gestión Pública. Donde plantea como objetivo general determinar como se relaciona la competitividad y calidad de los servicios públicos en la gestión de la Municipalidad Provincial de Barranca - 2016. Los resultados obtenidos muestran que el 82.5% de los encuestados se sienten muy satisfechos con la gestión realizada por la Municipalidad de Barranca y el 17.50% esta algo satisfechos por las cosas que va realizando al Municipalidad.

Por lo cual, esta investigación será de ayuda para el autor en la comparación o discusión de la teoría usada con respecto a la competitividad y las dimensiones que el autor base menciona.

Finalmente, en la investigación realizada por Vegas y Cubas (2017), en su tesis titulada “*Gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche del centro poblado de Combayo, distrito de la Encañada - Cajamarca - 2017*”, habiendo realizados sus estudios en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, en la escuela de Post Grado Cajamarca - Perú. Donde optan por el grado de Maestros en Administración Estratégica de Negocios con mención en Gestión Empresarial. Plantean su objetivo general como determinar la relación que existe entre la gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche del centro poblado de Combayo, distrito de la Encañada - Cajamarca - 2017. Los resultados obtenidos en dicha investigación que en su prueba de normalidad utiliza la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a para una muestra de 30 individuos, por lo que le resulta que existe normalidad en la distribución de los datos, con un p valor $> 0,05$ donde se podrá hacer pruebas paramétricas.

Por ello, esta investigación será de ayuda para el autor en la discusión por resultados en la prueba de normalidad, comparando el resultado de ambas investigaciones.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Comunicación organizacional.

1.1.1.1. Definiciones de comunicación organizacional.

Según Fernández (2013, p. 48), sostiene que “la comunicación puede ser definida como un proceso por medio del cual un emisor y un receptor se interrelacionan. En esta interrelación generalmente tiene lugar un intercambio de información, aunque no es imprescindible que se produzca este intercambio informativo”.

De manera que, la comunicación es el proceso por el cual dos a más personas logran intercambiar en su mayoría información, ya sea vía escrita, visual u oral, pero no todos llegamos a comprender con exactitud el significado de dicho mensaje.

Por otro lado, la comunicación no solo comprende el proceso por el cual uno transmite información sino para Robbins y Coulter (2014) mencionan que la comunicación organizacional “son todos los patrones, redes y sistemas de comunicación que hay dentro de una organización” (p. 480).

Por ello, la comunicación no solo comprende a los actores como al receptor y el emisor, sino son todos los factores que pueden intervenir dentro de una empresa ya sean visuales, sonoros y hasta la informática utilizada en los procesos serán parte de la comunicación que fluye dentro de ella.

Por otra parte, “la comunicación en una organización comprende múltiples interacciones que aparecen desde las conversaciones telefónicas hasta los sistemas de información más complejos” (Munch, 2014, p. 105).

Entonces, se puede definir a la comunicación dentro de una organización como a la más simple conversación que uno puede hacer con su compañero dentro del trabajo, hasta el análisis más complejo que se pueda dar dentro de los procesos.

Por ello, el saber comunicarse es un rol muy importante para las empresas hoy en día. Para Benavides (2014):

La comunicación tiene por objetivo suscitar una respuesta o una conducta específica en otros por parte de una persona o un grupo determinado. Es el proceso de transmisión de un mensaje que se realiza gracias a un código formado por gestos, palabras, símbolos, expresiones, etcétera. (p. 205)

En síntesis, la comunicación organizacional es importante ya que, toda empresa depende de ella, por el motivo que sin la comunicación no podría subsistir en cada proceso u operación que realiza ella. De este modo la comunicación es el personaje más importante dentro de las organizaciones que van en busca del éxito.

1.1.1.2.Dimensiones de comunicación organizacional.

Es de suma importancia observar a la comunicación organizacional en sus diferentes dimensiones en conjunto, ya que, si se interesase en uno solo, nos llevaría al error y el comunicarse uno con otro no se daría de una manera correcta. de tal modo que, hablaremos de las dimensiones de la comunicación organizacional como la esfera informativa, la esfera afectiva-colaborativa y la esfera estratégica.

Para Fernández (2013) nos refiere que “la comunicación interna permite poner en común en el seno de las organizaciones el conocimiento que genera la actividad cotidiana de la organización” (p. 71).

Esfera informativa.

Dentro de la comunicación interna se desarrollan las dos primeras esferas, son en estas que se vierten la información primordial de la empresa a todos los colaboradores

como las normas de convivencia, política de la empresa, los valores, noticias, contenido de los procesos operativos y administrativos, en general todas estas se dan en la esfera informativa.

Esfera afectiva-colaborativa.

Dentro de esta esfera se vierte la información donde se da el bienestar de los colaboradores y el desarrollo profesional dentro de la empresa, impulsando el liderazgo, el trabajo en equipo (sinergia), incrementando la motivación, el amor por el trabajo, desarrollo de procesos que traen consigo innovación y sobre todo impulsor del crecimiento personal, de manera que está totalmente ligada con el área del talento humano que serán los gestores de brindar la capacitación y los talleres necesarios, bajo las directrices del gerente general de la empresa.

De igual forma que la comunicación interna, para Fernández (2013) nos mencionó que “la comunicación externa se refiere a aquellas comunicaciones que parten del interior de la organización para dirigirse a públicos externos a la misma” (p. 56).

Esfera estratégica.

Por ello, en esta esfera la comunicación pasa a ser el actor principal de las empresas ya que, afianza y fortalece la reputación y la imagen de la organización, como también asienta la cultura organizacional. Por lo tanto, es de suma importancia la comunicación organizacional que debe tener toda empresa, ya que, depende de ello para poder lograr los objetivos trazados, llegando a la meta que se planteó en un inicio.

1.1.1.3.Mediciones.

Al no presentar un modelo de medición por parte del autor, se establecerá el instrumento, el cual cuenta de 3 dimensiones, que consigna 12 ítems. El cuestionario será establecido en base a la escala de Likert (desde 1 = nunca hasta 5 = siempre), a nivel ordinal. Además, se mostrará los indicadores que se presentan en el desarrollo del trabajo.

1.3.2. Competitividad.

1.3.2.1.Definiciones de competitividad.

Para Fonseca (2016) la competitividad nos refiere que:

Nuestros productos sean apreciados mejor que otros en un mercado en particular. Por ello, la competitividad de un producto se logra por la suma de sus características físicas (incluida la calidad) su precio, su disponibilidad en el mercado y demás servicios ofrecidos que en conjunto seducen a los clientes más que otros productos que lo remplacen o sustituyan. (p. 10)

De manera que, los atributos que puedan tener los productos, mientras sean más atractivos para los consumidores será mucho mejor ya que, estos atributos harán a la empresa ser más competitiva en el mercado, frente a los competidores ya sea para los que producen algún bien o realizan algún tipo de servicio.

Según Porter (2013) menciona que “las fuerzas competitivas revelan los motores de la competencia en una industria. Un estrategia de la compañía que comprenda que la competitividad se extiende más allá de los rivales existentes detectará mayores amenazas competitivas y estará mejor equipado para afrontarlas” (p. 68).

De esta forma, no solo las empresas que tienen los mejores productos o servicios serán los más exitosos, sino hay que saber analizar y estudiar a los rivales, el tipo de estrategia que pueda estar empleando, al mercado, a las nuevas leyes del gobierno que

puedan a ver establecido frente a la economía y solo de esta manera, estando bien preparados e informados se podrá detectar las amenazas futuras y hacerle frente.

Munch (2014) menciona que:

Además de la calidad del producto o servicio, existen múltiples factores que promueven una mayor competitividad, por ejemplo, el precio, las estrategias de mercado y servicio. Un excelente producto o servicio, sin el soporte de una adecuada administración no tendrá permanencia en el mercado, de ahí la importancia de esta disciplina y sus técnicas para garantizar la competitividad y el éxito empresarial. (p. 24)

Por ello, no solamente los productos son los que generan la competitividad en las empresas, sino que hay diversos elementos por el cual se lleva a lograr la esta. Una de ellas es la adecuada forma de administrar los procesos por el cual pasos estos productos, ya sea optimizando las tareas hasta la reducción del uso de materiales hacen que una organización sea más competitiva y rentable a la vez.

Por otro lado, Bernal (2014) hace referencia que:

La competitividad no tiene un acuerdo en su significado a pesar que existen muchos autores que hablen sobre este tema, por la variedad de elementos que intervienen en su definición. Para Porter (1987), desde la perspectiva macroeconómica la competitividad se entiende como la capacidad de un país para, en condiciones de mercado abierto, producir bienes y servicios para los mercados nacionales e internacionales al tiempo que se mantiene o aumenta la renta nacional. (p. 63)

La competitividad consta de varias definiciones, partiendo por la definición del diccionario que significa que, es la capacidad para poder competir. Dado esto, esa capacidad se refiere a que la empresa debe reunir ciertas condiciones o cualidades para que se pueda dar una competencia sana entre ellas, sin embargo, la competitividad

alberga muchos términos, desde una simple comunicación hasta la más avanzada tecnología y las organizaciones que llegan a alcanzar este tipo de nivel son las que persisten y prevalecen durante el tiempo, convirtiéndose en las más exitosas y rentables en el mercado.

1.3.2.2. Dimensiones de competitividad.

Para las empresas la competitividad es determinante ya que, mediante ellas podrán saber que tan buenas y competentes son en el tiempo. Ya existiendo un nivel competitivo en el mercado, no todas pueden alcanzar el nivel deseado ya sea por la falta de elementos que la componen o habilidades que no tienen.

Para Fonseca (2016) afirma que:

La competitividad de una empresa depende de la competencia que enfrente en el mercado. Si, en conjunto, todas las habilidades de su empresa son mejores que las de sus competidores, entonces su empresa es más competitiva que las de los otros. (p. 23)

De manera que, es preciso realizar un análisis con respecto a los diferentes competidores que hay en el mercado para saber si la organización es realmente competitiva o no. Por ello hablaremos de los elementos con los cuales una empresa debe contar para lograr el mejor rendimiento en los procesos, como la productividad, el conocimiento, la logística, la innovación y la tecnología que serán la base para querer lograr el éxito en las empresas.

Productividad.

Si se analiza esta terminología en el diccionario nos aparecerá como que, es la capacidad de la naturaleza para producir un bien o la capacidad de la industria para

producir bienes o servicios. Para Fonseca (2016) significa que es la “relación entre la producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla” (p. 27).

En este contexto, la productividad es el resultado de una mayor producción con la reducción de los recursos a utilizar, mayormente conocido como eficiencia, de manera que las empresas que logran utilizar menores recursos, ya sean naturales o no serán las más productivas en comparación a otras.

Conocimiento.

Una de las maneras de ser más competente, es a través del conocimiento, con ello se podrá ganar territorio en el mercado a los competidores directos. Este conocimiento debe estar dirigido hacia todos los campos de la empresa, clientes internos y externos, competidores, innovación de productos, precios, entorno social, político y económico, por más difícil que suene alcanzar todos estos tipos de conocimiento es necesario poder adquirirlos ya que mediante estos se podrán aplicar las mejores estrategias frente a la competencia (Fonseca, 2016, p. 183).

Logística.

Si bien nos remontamos hacia el pasado, la logística se inicia como una técnica militar que movilizaba a los ejércitos hacia los combates, donde se usaban estrategias para poder derrotar al enemigo. Años más tarde este término se usó en los negocios, como un medio en el cual se llevan a cabo determinados procesos para poder sacar una ventaja o ganarle a la competencia. De manera que, hoy en día la logística se resume en los procesos dirigidos a satisfacer la demanda dada en el mercado proyectando la oferta al precio más bajo (Fonseca, 2016, p. 278).

Innovación.

La innovación es “la habilidad para cambiar permanentemente los productos o servicios gracias al seguimiento de las preferencias y tendencias de los clientes” (Fonseca 2016, p. 332).

De manera que los gustos del cliente son los que enmarcaran que tan novedoso pueda ser un producto, ya sea porque cubre alguna necesidad o remplaza a otro producto que literalmente es difícil de usar o emplear. Los consumidores más fuertes son las amas de casa, yaqué ellas están en búsqueda de productos que les pueda facilitar las actividades cotidianas de la casa y sobre todo más baratas pero que no pierdan la calidad a la que están acostumbradas.

Tecnología.

Si bien nos encontramos en una época donde la tecnología ha rebasado todas las fronteras, a unido décadas de vivencia, desde el más joven hasta el más adulto se encuentran inmersos en un mundo tecnológico, más aún las empresas cada vez adoptan esta tendencia en la cual, para optimizar sus procesos, utilizan la tecnología de punta. Para Fonseca (2016) menciona que “la competitividad asociada a la tecnología puede proceder de la tecnología de producto, de su invención o de la introducción de mejoras tecnológicas sin par, que generen ventaja competitiva en un mercado” (p. 354).

Por ello, toda empresa que busca ser mejor que la otra o generar algún tipo de ventaja opta por introducir la tecnología en sus procesos con el fin de optimizarlos. De manera que, para lograr obtener la competitividad que desea la empresa necesitara desarrollar los elementos mencionados.

1.3.2.3.Mediciones.

Al no presentar un modelo de medición por parte del autor, se establecerá el instrumento, el cual cuenta de 5 dimensiones, que consigna 12 ítems. El cuestionario será establecido en base a la escala de Likert (desde 1 = nunca hasta 5 = siempre), a nivel ordinal. Además, se mostrará los indicadores que se presentan en el desarrollo del trabajo.

1.4.Formulación del problema.

Problema general.

¿Cómo se relaciona la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018?

Problemas específicos.

¿Cómo se relaciona la esfera informativa y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018?

¿Cómo se relaciona la esfera afectiva-colaborativa y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018?

¿Cómo se relaciona la esfera estratégica y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018?

1.5.Justificación del estudio.

Valderrama (2016), afirma que “En la justificación de una investigación, exponen los motivos por los cuales se lleva a cabo el estudio” (p. 140).

Justificación teórica.

De manera que, el presente trabajo de investigación se basa en la preocupación por ofrecer una solución al problema identificado por ello, el trabajo está contenido en las teorías relacionadas de la comunicación organizacional y la competitividad, mediante el cual se podrá encontrar alternativas de solución y permitirá desarrollar nuevos conocimientos que serán de ayuda frente al problema suscitado.

Justificación metodológica.

Mediante el uso de la metodología y de técnicas como el uso de las fuentes primarias como las encuestas, y el uso de fuentes secundarias como las bases documentarias y los libros usados para realizar la parte teórica, que fueron adaptados al tipo de estudio, se propondrá un nuevo análisis de investigación que servirá como herramienta que generara nuevos conocimientos y a su vez aplicaciones que podrán ser aprovechadas para la solución de los problemas presentados.

Justificación práctica.

Al ser la primera vez que se realiza una investigación sobre temas de comunicación en el área de CREM, por la necesidad de encontrar una solución al problema suscitado y realizar un diagnostico y encontrar las causas de dicho problema. Por ello al realizar el análisis correspondiente se podrá identificar si hay alguna relación entre ambas variables mencionadas anteriormente. Para que al final se seleccione una de las alternativas de solución y mediante pruebas sean aplicados con mayor investigación del tema.

1.6.Hipótesis.

Según Valderrama (2016), la hipótesis de investigación “son proposiciones tentativas acerca de las posibles relaciones entre dos o mas variables” (p. 151). Por ello se planteará la siguiente hipótesis general y las específicas.

Hipótesis general.

La comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

Hipótesis específicas.

La esfera informativa de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

La esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

La esfera estratégica de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

1.7.Objetivo.

Objetivo general.

Determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

Objetivos específicos.

Determinar la relación que existe entre la esfera informativa de la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

Determinar la relación que existe entre la esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

Determinar la relación que existe entre la esfera estratégica de la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

II. MÉTODO

2.1.Diseño de investigación.

Diseño.

El diseño del proyecto será no experimental - transversal/transeccional ya que no se alterará ninguna de las variables y se analizarán en su contexto natural, donde se recogerá la información en un solo tiempo.

Para definir que es una investigación no experimental, Valderrama sostiene que:

La investigación no experimental es investigación sistémica y empírica, en la que las variables independientes no se manipulan, porque ya están dadas. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal y como se han dado en su contexto natural. (p. 67)

De manera que estos tipos de investigaciones están basados en el aprendizaje continuo, por la experiencia que se pueda dar, por ello, las variables no pueden ser modificadas porque ya están dadas en su contexto.

En relación al tipo de investigación se puede decir que es transeccional donde se tuvo que recolectar la información en un momento único y en solo tiempo tal como indica Hernández, Fernández y Baptista (2014), “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 154).

Por ello se entenderá que el diseño será la habilidad que se plasmará para reunir la información correspondiente.

“En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencia

respecto de los lineamientos de la investigación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 128).

Por ello el enfoque cuantitativo nos permitió, según su diseño, analizar si la hipótesis a elegir será la alternativa que es la que conviene y la que te dice que las variables son correlacionadas o la nula donde las variables no tienen correlación alguna, va a ser dependiendo del resultado que podamos obtener según programa de procesamiento de datos.

Tipo.

El tipo de la investigación que se planteo es aplicada, como lo menciona Valderrama (2016), “Es también llamada practica empírica, activa o dinámica, y se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para poder generar beneficios y bienestar a la sociedad” (p. 39).

Por esta razón, la investigación aplicada pretendió obtener la solución de conflictos presentados por circunstancias inesperadas, y que, gracias a la experiencia y teorías relacionadas al problema suscitado, se establecieron posibles soluciones que en un futuro y con más estudio de los casos sean aplicados, para confrontarlos y darles una solución.

Nivel de investigación.

En la presente investigación para profundizar en el análisis y el grado de comprensión se aplicará un nivel de investigación, el cual será descriptiva-correlacional, como lo señala Valderrama (2016), “La investigación descriptiva, en comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requieren considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca

responder” (p. 44). De modo que, para poder generar las dimensiones con precisión de un evento fortuito, se tendrá que recolectar mucha información.

Por otro lado, la investigación resulta correlacional, puesto que, trata de comprender la unión que pueda existir entre ambas variables, que en medida una de ellas altere a una de ellas. Para Valderrama (2016, p. 45), señala que “los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después, cuantifican y analizan la relación”. De manera que este tipo de estudios miden la relación que pueden tener las variables entre sí.

2.2.Operacionalización de las variables.

2.2.1. Variables.

Variable 1: Comunicación Organizacional.

Variable 2: Competitividad.

Tabla 1

Matriz de Operacionalización de las variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Comunicación Organizacional.	Según Fernández (2013) sostiene que “la comunicación puede ser definida como un proceso por medio del cual un emisor y un receptor se interrelacionan. En esta interrelación generalmente tiene lugar un intercambio de información, aunque no es imprescindible que se produzca este intercambio informativo” (p. 48).	La medición de la variable fue realizada a través de la aplicación del cuestionario, en base a la escala de Likert. Este instrumento está compuesto por 12 ítems.	Esfera informativa.	Nivel de comunicación.	Ordinal
				Nivel de información.	
			Esfera afectiva-colaborativa.	Nivel de desarrollo.	
				Grado de capacitación.	
			Esfera estratégica.	Grado de la cultura organizacional.	
				Nivel de objetivos trazados.	

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla 1 se puede observar la operacionalización de la variable comunicación organizacional, donde se tiene la definición conceptual, la definición operacional, las dimensiones, los indicadores y la escala de medición.

Tabla 2

Matriz de Operacionalización de las variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Competitividad.	Para Fonseca (2016) la competitividad refiere que, nuestros productos sean apreciados mejor que otros en un mercado en particular, por ello la competitividad de un producto se logra por la suma de sus características físicas (incluida la calidad) su precio, su disponibilidad en el mercado y demás servicios ofrecidos que en conjunto seducen a los clientes más que otros productos que lo replacen o sustituyan. (p.10).	La medición de la variable fue realizada a través de la aplicación del cuestionario, en base a la escala de Likert. Este instrumento está compuesto por 12 ítems.	Productividad.	Nivel de calidad. Metas alcanzadas.	Ordinal
			Conocimiento.	Capacitación.	
			Logística.	Costos logísticos. Grado de capacidad.	
			Innovación.	Diseño. Desarrollo.	
			Tecnología.	Inversión en TIC.	

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla 2 se puede observar la operacionalización de la variable competitividad, donde se tiene la definición conceptual, la definición operacional, las dimensiones, los indicadores y la escala de medición.

2.3.Población y muestra.

La población que se tomará para la investigación será significativa por ello, Valderrama (2016), menciona que:

También existe lo que llamamos población estadística, que es el conjunto de la totalidad de las medidas de la(s) variable(s) en estudio, en cada una de las unidades del universo. Es decir, es el conjunto de valores que cada variable toma en las unidades que conforman el universo. (pp. 182-183)

De tal modo que, esta investigación estará conformada por 50 colaboradores que desempeñan sus funciones en la actualidad en el área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita.

En esta dicha investigación no se realizará ningún muestreo por el simple hecho de que la población es pequeña de manera que, se procederá a realizar un censo en la cual, se efectuará el cálculo de las personas que serán parte de la población estadística, de manera que se ocupara sobre toda de toda la población y no de una muestra, que en esta oportunidad está conformada por los 50 colaboradores que laboran actualmente en la empresa, convirtiéndose en el universo de estudio, por ello se dice que de carácter censal.

2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnica.

Una de las técnicas que da resultado por su forma de recolectar datos en las investigaciones científicas, son las encuestas, ya que, lo ha demostrado a través del tiempo y por ello se aplicara en el presente trabajo. “Recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzca a reunir datos con propósito específico” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 198).

Por lo tanto, el procedimiento a elaborar que nos brinde la recolección de datos se dará detalladamente, aplicando puntos específicos.

Instrumento de recolección de datos.

Por ello, el instrumento a utilizar en esta investigación será el cuestionario, donde será representado por un total de 24 enunciados, de los cuales resultan de las 8 dimensiones y cada propuesta consigna 5 alternativas, siendo la respuesta de los partícipes real, de tal manera este se dará de manera personal sin algún límite de tiempo.

Tabla 3

Tabla de variables y técnica a utilizar.

Variables	Técnicas	Instrumentos
Comunicación organizacional	Encuesta	Cuestionario sobre Comunicación Organizacional.
Competitividad	Encuesta	Cuestionario sobre Competitividad.

Fuente: elaboración propia.

Validez de los instrumentos.

Mediante el criterio de profesionales y su análisis por parte de ellos, se brindará un veredicto en la cual consistirá que el instrumento de medición es apto para aplicarlo. Como menciona Valderrama (2016):

El juicio de expertos viene a ser el conjunto de opiniones que brindan los profesionales de experiencia. Estas apreciaciones consisten en las correcciones que realiza el asesor de tesis o especialista de investigación, con la finalidad de que la redacción de las preguntas tenga sentido lógico y comprensibilidad, y que cada una de ellas debe estar en empatía con los indicadores. (pp. 198-199)

De manera que las preguntas que se realiza para elaborar el cuestionario deben ser claro y preciso, con la finalidad de que el encuestado llegue a entender cada pregunta leída y sea bien respondida, para que los resultados sean más verídicos de acuerdo a la realidad problemática. Por ello, el cuestionario ha sido aprobado en base a la validez de contenido por el juicio de expertos donde se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4

Lista y resultado de la decisión de los validadores.

Validador	Grado	Resultado
Navarro Tapia, Javier	Doctor	Aplicable
Briceño Doria, Gonzalo	Magister	Aplicable
Choque Flores, Leopoldo	Magister	Aplicable

Fuente: elaboración propia.

El veredicto de los expertos resulto que el instrumento si se puede aplicar, lo cual se halla bueno y significa que se podrá medir las variables de comunicación organizacional y competitividad.

Confiabilidad de los instrumentos.

Valderrama (2016), nos indica que “El nivel de confiabilidad del instrumento de medición se averiguará mediante la prueba de Alfa de Cronbach, con la finalidad de determinar el grado de homogeneidad que tienen los ítems de nuestro instrumento de medición” (p. 229).

Por ello el instrumento que medirá las variables comunicación organizacional y competitividad, pasará por un análisis mediante el programa SPSS 22, el cual nos arroja que; para la variable de comunicación organizacional se adquirió mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach el resultado es de 0,824 de 12 elementos analizados.

Tabla 5

Confiabilidad de cuestionario comunicación organizacional.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,824	12

Fuente: elaboración propia.

Para la variable de competitividad se adquirió mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach el resultado es de 0,801 de 12 elementos analizados.

Tabla 6

Confiabilidad de cuestionario competitividad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,801	12

Fuente: elaboración propia.

Estos resultados son considerados en la siguiente tabla, que nos indicó que; para el cuestionario de la variable de comunicación organizacional tiene un grado alto de confiabilidad y para el cuestionario de la variable de competitividad también tiene un grado alto de confiabilidad; lo que resumió que ambos cuestionarios son confiables para poder medir dichas variables.

Tabla 7

Análisis de fiabilidad

Coeficiente	Relación
0,00 a +/- 0,20	Despreciable
0,20 a 0,40	Bajo o ligera
0,40 a 0,60	Moderada
0,60 a 0,80	Marcada
0,80 a 1,00	Muy alta

(Valderrama, 2016, p. 228).

2.5.Método de análisis de datos

El análisis de los datos fueron recolectados a través del cuestionario y el procesamiento de datos fueron calculados a través del programa SPSS 22 un software creado por IBM para procesamiento de datos, lo cual, con este programa se obtuvieron los resultados del trabajo.

Para el análisis descriptivo se efectuó y elaboro tablas cruzadas, lo cual esto nos permitió representar con la información obtenida un análisis bidimensional con histogramas convenientes a la muestra.

Para el análisis inferencial se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde nos permitió establecer el grado de correlación entre ambas variables, para su posterior interpretación representadas en tablas y gráficas.

2.6.Aspectos éticos

El desarrollo de la investigación fue elaborado con las autorizaciones correspondientes cumpliendo con los aspectos éticos, asumiendo la responsabilidad de los resultados presentados, de tal manera se respetó la confidencialidad de los encuestados que son salvaguardados anónimamente y el buen uso de los datos adquiridos.

III. RESULTADO.

3.1. Análisis descriptivos de los resultados.

Tabla 8

Estadísticos descriptivos de las variables.

		Comunicación Organizacional	Competitividad
N	Válido	50	50
	Perdidos	0	0
Media		2.44	2.54
Mediana		2.00	2.00
Moda		2	2
Desviación estándar		1.033	1.054
Varianza		1.068	1.111
Rango		3	3
Mínimo		1	1
Máximo		4	4
Suma		122	127

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 8 se puede observar ambas variables, la comunicación organizacional y la competitividad, donde nos indica que la media es diferente para ambos casos, de la misma forma se observa que la desviación estándar es diferente, lo que nos indica que la distribución no es normal para las dos variables.

Tabla 9

Variable 1 Comunicación organizacional.

		Comunicación Organizacional			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	22,0	22,0	22,0
	Regular	15	30,0	30,0	52,0
	Medio	15	30,0	30,0	82,0
	Alto	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 9 que pertenece a la variable de comunicación organizacional se puede observar que el total de encuestados son 50 personas, el resultado que se obtuvo es; que el 22% de las personas encuestadas respondieron que las comunicaciones organizacionales son bajas en la empresa; el 30% respondieron que regularmente se dan la comunicaciones; y solo el 18% del total de encuestados respondieron que las comunicaciones son altas y las toman en cuenta para la realización de las actividades dentro del centro laboral.

Tabla 10

Variable 2 Competitividad.

		Competitividad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	9	18,0	18,0	18,0
	Regular	17	34,0	34,0	52,0
	Medio	12	24,0	24,0	76,0
	Alto	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 10 que pertenece a la variable de competitividad se puede observar que el total de encuestados son 50 personas, el resultado que se obtuvo es; que el 18% de las personas respondieron que la empresa tiene un rendimiento bajo con respecto a la competitiva; el 34% de los encuestados respondieron que la competitividad se da de manera regular en la empresa; y el 24% que la empresa es altamente competitiva en relación a las otras.

Tabla 11

Dimensión 1 Esfera informativa.

		Esfera informativa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	10	20,0	20,0	20,0
	Regular	17	34,0	34,0	54,0
	Medio	13	26,0	26,0	80,0
	Alto	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 11 que pertenece a la dimensión esfera informativa se puede observar que el total de encuestados son 50 personas, el resultado que se obtuvo es; que el 20% de las personas que fueron encuestadas respondieron que es muy bajo la información que reciben acerca de la empresa; el 34% reciben de manera regular algún tipo de información; el 26% y el 20% de las personas en su mayoría reciben un tipo de información.

Tabla 12

Dimensión 2 Esfera afectiva-colaborativa.

		Esfera afectiva-colaborativa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	22,0	22,0	22,0
	Regular	13	26,0	26,0	48,0
	Medio	17	34,0	34,0	82,0
	Alto	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 12 que pertenece a la dimensión de la esfera afectiva-colaborativa se puede observar que el total de encuestados son 50 personas, el resultado que se obtuvo es; que el 22% de las personas encuestadas respondieron que es muy bajo el nivel de capacitaciones que reciben con respecto a las actividades laborales;

el 26% regularmente reciben algún tipo de curso o capacitación; el 34% reciben capacitaciones constantemente; y solo el 18% de encuestados siempre reciben capacitaciones o cursos relacionados a las actividades laborales.

Tabla 13

Dimensión 3 Esfera estratégica.

		Esfera estratégica			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	10	20,0	20,0	20,0
	Regular	15	30,0	30,0	50,0
	Medio	18	36,0	36,0	86,0
	Alto	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 13 que pertenece a la dimensión de esfera estratégica se puede observar que el total de encuestados son 50 personas, el resultado que se obtuvo es; que el 20% de las personas respondieron que es muy bajo la información que reciben relacionado a las actividades de la empresa con terceros; el 30% regularmente reciben algún tipo información; el 36% están casi informados de los movimientos de la empresa hacia el exterior; y solo el 14% del total siempre están informados de los pasos que la empresa realiza.

3.2.Prueba de hipótesis.

Prueba de Normalidad.

H0: Las distribuciones estadísticas de la muestra deben ser normales.

H1: Las distribuciones estadísticas de la muestra no son normales.

Donde el nivel de significancia es $\alpha = \text{error } 5\% = 0,05$ (95%, $Z = \pm 1.96$) por ello;

Si en la prueba de normalidad el valor de Sig. es $\geq 0,05$ se rechaza la hipótesis alterna.

Si en la prueba de normalidad el valor de Sig. es $< 0,05$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 14

Prueba de normalidad.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1 Comunicación Organizacional	,186	50	,000	,876	50	,000
V2 Competitividad	,216	50	,000	,868	50	,000

Correlación de significación de Lilliefors.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 14 que pertenece a la prueba de normalidad se puede observar a la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a y a la prueba de Shapiro-Wilk; en esta oportunidad como la muestra representativa es igual a la población, se tomara los resultados de la prueba de Shapiro-Wilk ya esta toma datos iguales o menores a 50 personas, a diferencia de la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a que toma una muestra más representativa mayores a 50 personas. Lo que se observa en la prueba de Shapiro-Wilk es que para ambas variables los estadísticos son diferentes lo que indica la prueba es tiene una distribución estadística normal, por lo que el resultado de la prueba nos dio 0,00 que es $<$ a la sig. 0,05, determinando que se tomara y se aceptara la hipótesis alterna H1 y se rechazara la hipótesis nula H0.

Tipificación de la investigación.

Para cumplir cuando las investigaciones son o no paramétricas los datos estadísticos deben cumplir ciertas condiciones; para las paramétricas ambas variables tienen que ser cualitativas, deben tener una muestra normal y las varianzas de la muestra deben ser iguales; a diferencia de las no paramétricas se tiene que dar todo lo contrario la muestra no es normal y las varianzas son diferentes.

3.3.Prueba de hipótesis general.

Hipótesis general.

La comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H0: La comunicación organizacional no se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H1: La comunicación organizacional si se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

El valor de Significancia $\alpha=0,05$ (95%, $Z=\pm 1.96$) por lo que se determina los siguientes criterios:

Si la Sig. $e <$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis nula H0

Si la Sig. $e >$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis alterna H1

Tabla 15

Correlaciones entre las variables.

			V1 (Comunicación Organizacional)	V2 (Competitividad)
Rho de Spearman	V1 (Comunicación Organizacional)	Coeficiente de correlación	1,000	,919**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	50	50
	V2 (Competitividad)	Coeficiente de correlación	,919**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	50	50

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: elaboración propia.

Interpretación: en la siguiente tabla 15 que pertenece a la prueba de hipótesis se puede observar que el resultado del Rho de Spearman resulta 0,00 por lo cual nos certifica poder tomar la decisión de rechazar o aceptar la hipótesis expuesta. De acuerdo al resultado que salió menos al valor de Sig. que es de 0,05, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, de igual forma se observa que el resultado del coeficiente de correlación es de 0,919 lo que indica según la tabla de correlación por rangos de Spearman, que es una correlación positiva alta. (tabla 16).

Tabla 16

Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman.

Valor del Coeficiente r (positivo o negativo)	Significado
-0.7 a -0.99	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.990	Correlación positiva alta

Martínez (2009)

Fuente: elaboración propia.

3.4.Prueba de hipótesis específicas.

3.4.1. Prueba de hipótesis específicas 1.

Hipótesis específica.

La esfera informativa de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H0: La esfera informativa de la comunicación organizacional no se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H1: La esfera informativa de la comunicación organizacional si se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

El valor de Significancia $\alpha=0,05$ (95%, $Z=\pm 1.96$) por lo que se determina los siguientes criterios:

Si la Sig. $e <$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis nula H_0

Si la Sig. $e >$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis alterna H_1

Tabla 17

Prueba de Hipótesis.

Correlaciones.

		V2 (Competitividad)	D1 (Esfera informativa)
Rho de Spearman	V2 (Competitividad)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,799**
		N	,000
	D1 (Esfera informativa)	Coeficiente de correlación	50
		Sig. (bilateral)	,799**
		N	,000
			50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: en la siguiente tabla 17 que pertenece a la prueba de hipótesis específica 1 se observar que el resultado del Rho de Spearman resulta 0,00 por lo cual nos certifica que podemos tomar la decisión de rechazar o aceptar la hipótesis específica 1 propuesta. De acuerdo al resultado que salió menor al valor de Sig. que es de 0,05, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, de igual forma se observa que el resultado del coeficiente de correlación es de 0,799 lo que indica según la tabla de correlación por rangos de Spearman, que es una correlación positiva alta. (tabla 16).

3.4.2. Prueba de hipótesis específicas 2.

Hipótesis específica.

La esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H0: La esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional no se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H1: La esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional si se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

El valor de Significancia $\alpha=0,05$ (95%, $Z=\pm 1.96$) por lo que se determina los siguientes criterios:

Si la Sig. $e <$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis nula H0

Si la Sig. $e >$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis alterna H1

Tabla 18

Prueba de Hipótesis.

Correlaciones.

			V2 (Competitividad)	D2 (Esfera afectiva- colaborativa)
Rho de Spearman	V2 (Competitividad)	Coeficiente de correlación	1,000	,846**
		Sig. (bilateral)		,000
	D2 (Esfera afectiva- colaborativa)	N	50	50
		Coeficiente de correlación	,846**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: en la siguiente tabla 18 que pertenece a la prueba de hipótesis específica 2 se puede observar que el resultado del Rho de Spearman resulta 0,00 por lo cual nos permite tomar la decisión de rechazar o aceptar la hipótesis específica 2 expuesta. De

acuerdo al resultado que salió menos al valor de Sig. que es de 0,05, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, de igual forma se observa que el resultado del coeficiente de correlación es de 0,846 lo que indica según la tabla de correlación por rangos de Spearman, que es una correlación positiva alta. (tabla 16).

3.4.3. Prueba de hipótesis específicas 3.

Hipótesis específica.

La esfera estratégica de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H0: La esfera estratégica de la comunicación organizacional no se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

H1: La esfera estratégica de la comunicación organizacional si se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

El valor de Significancia $\alpha=0,05$ (95%, $Z=\pm 1.96$) por lo que se determina los siguientes criterios:

Si la Sig. $e <$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis nula H0

Si la Sig. $e >$ que la Sig. i resulta que se rechaza la hipótesis alterna H1

Tabla 19

Prueba de Hipótesis.

Correlaciones.

			V2 (Competitividad)	D3 (Esfera estratégica)
Rho de Spearman	V2 (Competitividad)	Coeficiente de correlación	1,000	,855**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	50	50
	D3 (Esfera estratégica)	Coeficiente de correlación	,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: elaboración propia

Interpretación: en la siguiente tabla 19 que pertenece a la prueba de hipótesis específica 3 se puede visualizar el resultado del Rho de Spearman que resulta 0,00 lo cual nos certifica poder tomar la decisión de rechazar o aceptar la hipótesis específica 3 propuesta. De acuerdo al resultado que salió menos al valor de Sig. que es de 0,05, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, de igual forma se visualiza que el resultado del coeficiente de correlación es de 0,855 lo que indica según la tabla de correlación por rangos de Spearman, que es una correlación positiva alta. (tabla 16).

IV. DISCUSIÓN.

Discusión por resultado.

En los resultados de la investigación de Quino (2017), en su tesis titulada “comunicación interna y ambiente laboral en la Reniec Santa Beatriz, Lima, 2016”, ambas variables guardan relación, ya que, en su coeficiente de correlación Rho Spearman el resultado es 0,544 que según la tabla N° 16 de coeficiente de correlación de Spearman indica que tiene una correlación positiva moderada, además el nivel de Sig. fue de 0,00 donde rechaza la hipótesis nula y acepta la alterna; de la misma manera en la investigación del autor, las variables guardan relación con un coeficiente de correlación Rho Spearman de 0,919 y con un nivel de Sig. del 0,00 donde se rechaza la hipótesis nula y e acepta la hipótesis alterna que indica que la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018.

En los resultados de la investigación de Príncipe (2017), en su tesis titulada “gestión del conocimiento y su relación con la competitividad en la Universidad Nacional de Barranca, 2017”, en su hipótesis específica 1, en su coeficiente de correlación Rho de Spearman le resulta que tiene 0,299 donde indica en la tabla N°16 de coeficiente de correlación de Spearman que tiene correlación positiva baja, pero con su resultado 0,00 acepta la hipótesis alterna rechazando la nula; de igual forma en la investigación del autor el resultado de correlación de Spearman Rho es de 0,799 lo que indica que hay una correlación positiva alta y con el nivel de Sig. del 0,00 se acepta la hipótesis alterna que indica que la esfera informativa de la comunicación organizacional se relaciona con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018, rechazándose la hipótesis nula.

En los resultados de la investigación de Vega y Cubas (2017), en su tesis titulada “gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche en el centro poblado Combayo, distrito la Encañada - Cajamarca - 2017”, en su prueba de normalidad utiliza la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a para una muestra de 30 individuos, por lo que le resulta que existe normalidad en la distribución de los datos, con un p valor > 0,05 donde

se podrá hacer pruebas paramétricas; a diferencia de la investigación del autor donde en la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Shapiro para muestras iguales o menores a 50 individuos, resultando que tiene una distribución estadística normal, con un p valor $< 0,05$ donde se determina que se rechazara la hipótesis nula H_0 y se aceptara la hipótesis alterna H_1 .

Discusión por objetivo.

En el objetivo general planteado por Salazar (2017), en su tesis titulada “competencias laborales y comunicación interna en la División de Transito de la PNP Lima, 2016”, plantea determinar la relación que existe entre las competencias laborales y la comunicación interna en la División de Transito de la PNP Lima, 2016; de igual manera en la investigación del autor, en el objetivo general se planteó Determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018. Con lo cual en ambos casos se llegó a determinar la relación de ambas variables.

Discusión por metodología.

En la metodología planteada por Quiroz (2017), en su tesis titulada “estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. - Chepén 2016”, plantea a su investigación como hipotético - deductivo, donde se basa en el planteamiento de una hipótesis de acuerdo a las afirmaciones planteadas y busca refutarlas o falsearlas de acuerdo a los hechos presentados, es de tipo básica con un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental - transversal, donde no tiene muestra ya que su población es pequeña de unos 60 individuos por ello plantea una técnica de censo; de igual forma en la investigación del autor plantea una investigación hipotético - deductivo, pero con un tipo de investigación aplicada ya que, según su autor (Valderrama, 2016, p. 38), menciona que el tipo de investigación será aplicada pero que éste a su vez va estar íntimamente ligada a la básica por que dependerá de los descubrimientos y de los aportes teóricos para su realización y así sea de beneficio para el contexto donde se observó el problema y para la

sociedad, el diseño será no experimental – transversal y sin muestra ya que la población también es pequeña de unos 50 colaboradores y se planteara la técnica de censo.

Discusión por teorías relacionadas.

En las teorías relacionadas por Medrano (2017), en su tesis titulada “competitividad y calidad de los servicios públicos en la gestión de la Municipalidad Provincial de Barranca - 2016”, plantea como autor base a Pablo (2008), donde para la variable de competitividad utiliza 4 dimensiones como: la innovación, tecnología, flexibilidad productiva y agilidad comercial; a diferencia de la investigación del autor donde usa como autor base a Fonseca (2016), también para la variable de competitividad, en este caso el autor utiliza 5 dimensiones como: la productividad, conocimiento, logística, innovación y la tecnología.

V. CONCLUSIONES

Conclusiones

Culminado el trabajo de investigación se llega a las siguientes conclusiones:

Primero, con los resultados conseguidos en relación al objetivo general en la investigación realizada se obtuvo que la comunicación organizacional tiene una relación con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018. Con un grado de correlación de Rho de Spearman del 0,919 que representa una correlación positiva alta.

Segundo, en relación al objetivo específico 1 de la investigación realizada se obtuvo que la esfera informativa de la comunicación organizacional tiene una relación con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018. Con un grado de correlación de Rho de Spearman del 0,799 que representa una correlación positiva alta.

Tercero, con los resultados conseguidos del objetivo específico 2 en la investigación realizada se obtuvo que la esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional tiene una relación con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018. Con un grado de correlación de Rho de Spearman del 0,846 que representa una correlación positiva alta.

Cuarto, en relación al objetivo específico 3 de la investigación realizada se obtuvo que la esfera estratégica de la comunicación organizacional tiene una relación con la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018. Con un grado de correlación de Rho de Spearman del 0,855 que representa una correlación positiva alta.

VI. RECOMENDACIONES

Recomendaciones

Primero: respecto a los resultados de la relación significativa de ambas variables, se recomienda impulsar una cultura de comunicación entre los colaboradores para que la información llegue hasta la última persona que recién halla ingresado a laborar y no se pierda la comunicación si se quiere llegar a ser una empresa más competitiva en el mercado.

Segundo: con respecto a los resultados de la primera dimensión se recomienda realizar comunicaciones mensuales con el propósito de mejorar el flujo de la comunicación en las áreas respectivas.

Tercero: respecto a los resultados de la segunda dimensión se recomienda reforzar y mejorar las capacitaciones dirigidas y/o relacionadas con las actividades laborales otorgando premios estimulen mas la productividad de los colaboradores.

Cuarto: con respecto a los resultados de la tercera dimensión se recomienda establecer un programa estratégico con el fin de que conozcan las actividades que realizan con otras empresas relacionadas al rubro de la empresa, de manera que, con esto aprendan la importancia de la competitividad hacia el exterior.

VII. REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Benavides, J. (2014). *Administración*. México D.F., México: Mc Graw – Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Bernal, C. (2014). *Introducción a la Administración de las Organizaciones*. Bogotá, Colombia: Pearson.
- Fernández, S. (2013). *Como gestionar la comunicación*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Fonseca, R. (2015). *Competitividad*. Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Mc Graw – Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Leal, C. (2015). *Hacia un análisis integral de la competitividad territorial: el caso del estado de Querétaro, México* (tesis doctoral). Universidad de Deusto, Bilbao, España.
- Medrano, M. (2017). *Competitividad y calidad de los servicios públicos en la gestión de la Municipalidad Provincial de Barranca - 2016* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Moreno, D. (2015). *Estrategias competitivas de las empresas del sector de la energía eólica en España* (tesis doctoral). Universidad Nacional De Educación a Distancia (UNED), Madrid, España.

- Munch, L. (2014). *Administración*. Ciudad de México, México: Pearson Educación.
- Pacheco, D. (2014). *Plan estratégico de comunicación integral para la cooperativa de ahorro y crédito Gonzanamá* (tesis de maestría). Universidad Técnica Particular de Loja, Loja, Ecuador.
- Porter, M. (2013). *Ser Competitivo*. España: Centro Libros PAPF, S.L.U. Grupo Planeta.
- Príncipe, R. (2017). *Gestión del conocimiento y su relación con la competitividad en la Universidad Nacional Barranca 2017* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Quino, G. (2017). *Comunicación interna y ambiente laboral en el Reniec Santa Beatriz Lima - 2016* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Quiroz, E. (2017). *Estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. - Chepén 2016* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2014). *Administración*. Ciudad de México, México: Pearson.
- Salazar, R. (2017). *Competencias laborales y comunicación interna en la División de Tránsito de la PNP Lima - 2016* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos E.I.R.L.
- Vega, R. y Cubas, A. (2017). *Gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche del centro poblado Combayo, distrito de la Encañada - Cajamarca* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

VIII. ANEXOS

Anexos

Cuestionario de la Variable 1: Comunicación Organizacional

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ÁREA RECEPCIÓN CENTRAL CREM DE UNA EMPRESA RETAIL CENCOSUD SANTA ANITA 2018.

Señor Colaborador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 =A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Usted considera que la manera de transmitir la información debe ser de manera formal.					
2	La comunicación informal que fluye en la empresa, influye en la toma de decisiones de los jefes.					
3	El supervisor inmediato, le proporciona toda la información que necesita para realizar su trabajo.					
4	Intercambia información con sus compañeros para coordinar tareas entre las diferentes unidades de la organización.					
5	Obtiene información sobre su proyección profesional en la organización, a través de su supervisor inmediato.					
6	Usted considera que toda la información brindada por la empresa le ayuda a su crecimiento profesional dentro de la organización.					
7	Se siente satisfecho con la información y las capacitaciones que le brinda la empresa.					
8	Existe libertad y confianza para pedir cursos de actualización para mejorar sus labores dentro de la empresa.					
9	Recibe poca información sobre la cultura organizacional de la empresa.					
10	Cuando recibe demasiada información sobre la cultura organizacional de la empresa no sabe cómo usarla.					
11	Usted considera que la información brindada por la organización es suficiente para el logro de los objetivos.					
12	Usted se siente parte del proceso de cumplimiento de los objetivos.					

Cuestionario de la Variable 2: Competitividad

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ÁREA RECEPCIÓN CENTRAL CREM DE UNA EMPRESA RETAIL CENCOSUD SANTA ANITA 2018.

Señor Colaborador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Rara vez, 3 =Alguna vez, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
13	Usted considera necesario la calidad en las actividades realizadas dentro de la empresa.					
14	Usted cree que tiene la suficiente experiencia para brindar un servicio de calidad.					
15	Considera usted que para alcanzar las metas es necesario tener previos conocimientos brindados por la empresa.					
16	Considera usted que la empresa le ha brindado la capacitación necesaria para realizar sus actividades laborales.					
17	Crees que es necesario recibir capacitaciones constantes para mejorar el rendimiento laboral.					
18	Usted cree que los costos logísticos están de acuerdo con la realidad.					
19	Usted considera innecesario ampliar la planta de producción.					
20	Usted en su área aplica diseños de investigación relacionados al desarrollo de los programas locales.					
21	En las actividades que usted realiza se ejecutan tareas de investigación y desarrollo para cumplir las metas de trabajo a corto plazo.					
22	Cree usted que se utiliza adecuadamente y oportunamente la maquinaria disponible.					
23	La empresa mantiene actualizados los equipos a ser utilizados.					
24	Cree usted que la empresa invierte en tecnologías de información y comunicaciones.					

Matriz de consistencia

PROBLEMA		OBJETIVOS		HIPÓTESIS		VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema Principal		Objetivo General		Hipótesis General		Variable 1	Nivel de comunicación, nivel de información, nivel de desarrollo, grado de capacitación, grado de la cultura organizacional y nivel de objetivos trazados	Diseño de estudio: No experimental-Transversal Tipo: Aplicada Nivel: Descriptiva-correlacional Población:50 trabajadores (censal) Técnicas e instrumento de recolección de datos: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de 24 enunciados Validez: Por juicio de expertos Confiabilidad: Coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach 0.824 – comunicación organizacional y 0.801 competitividad Método de análisis de datos: Estadística Descriptiva-Correlacional
1)	¿Cómo se relaciona la comunicación organizacional y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018?	1)	Determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.	1)	La comunicación organizacional se relaciona significativamente con la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.	Comunicación Organizacional		
Problemas Secundarios		Objetivos Específicos		Hipótesis Específicas		Variable 2 <td rowspan="3">Nivel de calidad, metas alcanzadas, capacitación, costos logísticos, grado de capacidad, diseño, desarrollo e inversión en tic</td>	Nivel de calidad, metas alcanzadas, capacitación, costos logísticos, grado de capacidad, diseño, desarrollo e inversión en tic	
1)	¿Cómo se relaciona la esfera informativa y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018?	1)	Determinar la relación que existe entre la esfera informativa de la comunicación organizacional y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.	1)	La esfera informativa de la comunicación organizacional se relaciona significativamente con la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.	Competitividad		
2)	¿Cómo se relaciona la esfera afectiva-colaborativa y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018?	2)	Determinar la relación que existe entre la esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.	2)	La esfera afectiva-colaborativa de la comunicación organizacional se relaciona significativamente con la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.			
3)	¿Cómo se relaciona la esfera estratégica y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018?	3)	Determinar la relación que existe entre la esfera estratégica de la comunicación organizacional y la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.	3)	La esfera estratégica de la comunicación organizacional se relaciona significativamente con la competitividad en el área recepción central CREM de una empresa Retail Cencosud Santa Anita 2018.			

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ÁREA RECEPCIÓN CENTRAL CREM DE UNA EMPRESA RETAIL CENCOSUD SANTA ANITA 2018.

Señor Colaborador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Rara vez, 3 =Alguna vez, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
13	Usted considera necesario la calidad en las actividades realizadas dentro de la empresa.				X	
14	Usted cree que tiene la suficiente experiencia para brindar un servicio de calidad.				X	
15	Considera usted que para alcanzar las metas es necesario tener previos conocimientos brindados por la empresa.			X		
16	Considera usted que la empresa le ha brindado la capacitación necesaria para realizar sus actividades laborales.		X			
17	Creer que es necesario recibir capacitaciones constantes para mejorar el rendimiento laboral.			X		
18	Usted cree que los costos logísticos están de acuerdo con la realidad.			X		
19	Usted considera innecesario ampliar la planta de producción.				X	
20	Usted en su área aplica diseños de investigación relacionados al desarrollo de los programas locales.		X			
21	En las actividades que usted realiza se ejecutan tareas de investigación y desarrollo para cumplir las metas de trabajo a corto plazo.					X
22	Cree usted que se utiliza adecuadamente y oportunamente la maquinaria disponible.				X	
23	La empresa mantiene actualizados los equipos a ser utilizados.			X		
24	Cree usted que la empresa invierte en tecnologías de información y comunicaciones.					X

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD EN EL ÁREA RECEPCIÓN CENTRAL CREM DE UNA EMPRESA RETAIL CENCOSUD SANTA ANITA 2018.

Señor Colaborador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
1	Usted considera que la manera de transmitir la información debe ser de manera formal.				X	
2	La comunicación informal que fluye en la empresa, influye en la toma de decisiones de los jefes.				X	
3	El supervisor inmediato, le proporciona toda la información que necesita para realizar su trabajo.				X	
4	Intercambia información con sus compañeros para coordinar tareas entre las diferentes unidades de la organización.					X
5	Obtiene información sobre su proyección profesional en la organización, a través de su supervisor inmediato.			X		
6	Usted considera que toda la información brindada por la empresa le ayuda a su crecimiento profesional dentro de la organización.			X		
7	Se siente satisfecho con la información y las capacitaciones que le brinda la empresa.					X
8	Existe libertad y confianza para pedir cursos de actualización para mejorar sus labores dentro de la empresa.				X	
9	Recibe poca información sobre la cultura organizacional de la empresa.			X		
10	Cuando recibe demasiada información sobre la cultura organizacional de la empresa no sabe cómo usarla.					X
11	Usted considera que la información brindada por la organización es suficiente para el logro de los objetivos.			X		
12	Usted se siente parte del proceso de cumplimiento de los objetivos.					X

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mq. NAVARRO TAPIA JUVIER
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTE - UCV
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGADOR
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 I.5. Autor del instrumento: AGUIRRE CASTILLO LORENZA ANTONIO

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21.40%	Bueno 41.60%	Muy bueno 61.80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				0.80	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				0.80	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				0.80	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				0.80	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				0.80	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				0.80	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				0.80	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				0.80	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				0.80	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				0.80	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					0.80	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			


III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80 %

Ate, 14 de junio del 2018


Firma de experto informante

DNI 08814139

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mq. NAUARRRO TAPIA JAVIER
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DTG - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGADOR
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
- I.5. Autor del instrumento: AGUIRRE CASTILLO CARENZO ANTONIO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				0.80	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.				0.80	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				0.80	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				0.80	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				0.80	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				0.80	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				0.80	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				0.80	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				0.80	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				0.80	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					0.80	

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Ate, 14 de junio del 2018


Firma de experto informante

DNI 08814139



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. Brieno Dona, Gonzalo Alonso
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente - DTC
 I.3. Especialidad del experto: Administrador
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
 I.5. Autor del instrumento: Lorena Arriaga Arivera Cortés

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Ate, 14 de junio del 2018


Firma de experto informante

DNI 43607749



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mq. Briente Doria, Gonzalo Alonso
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente - DTC
 I.3. Especialidad del experto: Administrador
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
 I.5. Autor del instrumento: Lorena Arriaga Arriaga Castro

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Ate, 14 de junio del 2018


Firma de experto informante

DNI 43601749.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mq.. CHAQUE FLORES LEOPOLDO
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE
- I.3. Especialidad del experto: PROYECTOS DE INVERSIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
- I.5. Autor del instrumento: LORENZA AGÜERO CASTILLO

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					100%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					100%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					100%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					100%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					100%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					100%
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	100%

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

Ate, 14 de junio del 2018


Firma de experto informante

DNI 42289035

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mq. CHOCQUE FLORES LEOPOLDO
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE
- I.3. Especialidad del experto: PROYECTOS DE INVERSIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
- I.5. Autor del instrumento: LORENZO AGÜERO CASTILLO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					100%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					100%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					100%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					100%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					100%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					100%
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	100%

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Ate, 14 de junio del 2018


Firma de experto informante

DNI 42289035

Yo, HEDER QUISPE QUIÑÓÑEZ, docente de la Facultad ADMINISTRACION y Escuela Profesional de CIENCIAS EMPRESARIALES de la Universidad César Vallejo ATE, revisor(a) de la tesis titulada "COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LOS COLABORADORES DEL AREA DE RECEPCION CENTRAL CREM DE LA EMPRESA CENCOSUD, SANTA ANITA 2018" del (de la) estudiante AGÜERO CASTILLO LORENZO ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha 18 de Julio 2018



Firma

HEDER QUISPE QUIÑÓÑEZ

DNI: : 08139806

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

feedback studio lorenzo agüero Tesis para obtener el título profesional de licenciado en administración de empresas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Comunicación organizacional y la competitividad en los colaboradores del área de recepción central CREM de la empresa Cencosud, Santa Anita, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

LORENZO ANTONIO, AGÜERO CASTILLO

Resumen de coincidencias


23 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias:

1	Entregado a Universida...	12 %
2	repositorio ucv.edu.pe	5 %
3	repositorio upaep.edu...	2 %
4	repositorio unta.edu.pe	1 %
5	repositorio uned.edu...	1 %
6	repositorio unad.edu...	1 %



Dr. NAVARRO TAPIA JAVIER



FECHA: 20 de Julio del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Programa de estudios de Administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Lorenzo Antonio Agüero Castillo

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LOS COLABORADORES DEL
ÁREA DE RECEPCIÓN CENTRAL CREM DE LA EMPRESA CENCOSUD, SANTA ANITA, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 18 de julio de 2018

NOTA O MENCIÓN: 15



NOMBRE Y FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN